

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

Processi di valorizzazione e governance del patrimonio culturale

This is a pre print version of the following article:

Original Citation:

Availability:

This version is available <http://hdl.handle.net/2318/1702404> since 2019-05-22T15:11:11Z

Publisher:

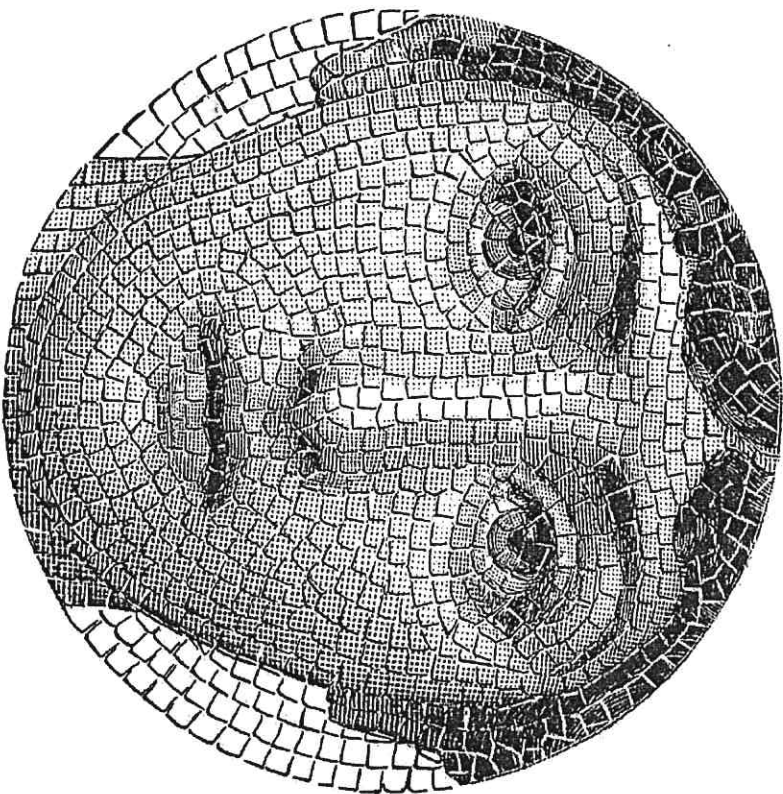
Fondazione Symbola – Unioncamere

Terms of use:

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)



Io sono cultura - 2018

L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi

Quaderni di Symbola

Realizzato da



UNIONCAMERE



Symbola

In Collaborazione con



Con il patrocinio di



Ministero
dei beni e delle
attività culturali
e del turismo

Partner



SICAMERA



FITZCARRALDO
FONDAZIONE

Progetto grafico **Martino**

La riproduzione è da diffondere parzialmente o integralmente, a titolo di informazione, contenente nel presente volume è consentita esclusivamente con la citazione completa della fonte: "Fondazione Symbola - Unioncamere, Io sono Cultura - Rapporto 2018".

COORDINAMENTO

Giuseppe Tripoli Segretario generale Unioncamere, **Fabio Renzi** Segretario generale Fondazione Symbola, **Domenico Maurilio** Unioncamere, **Domenico Sturabotti** Direttore Fondazione Symbola, **Alessandro Rinaldi** Dirigente SicaCamera, **Ugo Bacchetti** Presidente Fondazione FitZcarraldo, **Antonio Taramita** Università di Bologna, **Simona Trovati** Dirigente P.F. Beni e Attività Culturali Regione Marche.

GRUPPO DI LAVORO

Romina Surace Ufficio Ricerca Fondazione Symbola, **Sara Consolato** Ufficio Ricerca Fondazione Symbola, **Daniele Di Stefano** Ufficio Ricerca Fondazione Symbola, **Elena Milzoni** Ufficio Ricerca Fondazione Symbola, **Mariangela Cassano** Ufficio Progetti Fondazione Symbola, **Fabio Di Sebastiano** Ufficio Studi economici e statistici SicaCamera, **Mirko Manghelli** Ufficio Studi economici e statistici SicaCamera, **Marco Pini** Ufficio Studi economici e statistici SicaCamera, **Valentina Pescosolillo** Ufficio Studi economici e statistici SicaCamera, **Silvia Petrone** Ufficio Studi economici e statistici SicaCamera, **Giuseppe Giusi**, Istituto Guglielmo Tagliacarne.

PER I CONTRIBUTI AUTORELLI SI RINGRAZIANO

Marco Accardi Ricardis Direttore Fondazione Viganus, **Claudio Azzorri** Università Cattolica di Milano, **Giovanna Barri** Presidente CoopCulture, **Mario Bellini** Autore e sceneggiatore di programmi per ragazzi e serie animate, **Vincenzo Bellini** - Presidente Distretto Produttivo Puglia Creativa, **Giulia Elena Berni** - Freelance, **Daniela Columbro** Giornalista e digital strategist, **Silvia Costa** Coordinatrice del Gruppo Socialisti & Democratici alla Commissione Cultura del Parlamento Europeo, **Luca Dal Pozzolo** Responsabile Ricerca Fondazione FitZcarraldo, **Paola De Nunzio** - Ricercatrice CNR-ISAC, **Giulietta Fara** Direttrice Future Film Festival, **Marco Enrico Giacomelli** Direttore Responsabile Attitude Magazine, **Chiara Lagola** - Direttrice Distretto Produttivo Puglia Creativa, **Paolo Madeddu** Giornalista, **Paolo Marcesini** Direttore Memo Grandi Magazzini Culturali, **Francesca Molteni** - Curatrice e regista di video e documentari sul design, **Valentina Montalto** - JRC della Commissione Europea, **Valeria Morra** - Tools for Culture, **Cristiano Mutinelli** - Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, **Manuel Orzi** - Storico dell'architettura, **Moreno Pirelli** - Regione Marche, **Florenza Pina** - Curatrice di progetti fotografici e book design, **Alessia Re** Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura, **Micaela Romanello** Vice Direttore Fondazione VIGAMUS, **Maura Romano** - Melting Pro, **Alessandro Sardella** - Collaboratore CNR-ISAC, **Giovanna Segre** - Università di Torino, **Ennio Sessa** - Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, **Arnaldo Striano** - Autore televisivo ed esperto di contenuti tv e videopolitica, **Antonio Taramita** Università di Bologna, **Simona Trovati** Dirigente P.F. Beni e Attività Culturali Regione Marche, **Massimiliano Tonelli** Direttore Archibus, **Michèle Timarachi** - Tools for Culture, **Simone Verde** - Complesso Monumentale della Pilotta, **Bruno Zambardino** - Direzione Generale Chema MIACT, **Francesco Zullo** - Scuola del Design del Politecnico di Milano.

Premessa	p.05
01 Industrie culturali e creative nel mondo	p.11
01.1 Il mondo dubita e si interroga per disegnare nuove strade	p.12
01.2 Politiche e strumenti EU	p.18
01.3 Quanto conta la nostra cultura? Dai progetti di mappatura ai fiordi di ricerca più innovativi	p.25
01.4 Quando la partecipazione crea comunità	p.30
02 I numeri del sistema Produttivo Culturale e Creativo	p.37
02.1 L'impostazione metodologica del rapporto "Io sono Cultura"	p.38
02.2 Sistema Produttivo Culturale e Creativo: valore aggiunto e occupazione	p.43
02.3 Ruolo della cultura nelle economie territoriali	p.53
02.4 L'attivazione culturale sul resto dell'economia	p.64
02.5 La struttura imprenditoriale del Sistema Produttivo Culturale e Creativo	p.67
02.6 Le professioni Culturali e Creative	p.80
02.7 Il ruolo della cultura nell'attivazione della spesa turistica	p.97
03 Geografie	p.105
— Industrie Creative	
03.1 Design La Terra è fragile	p.106
03.2 Il mito della sostenibilità: la dimensione sociale e la ricostruzione post-terremoto: le tre sfide dell'architettura italiana	p.111
03.3 Conversazioni digitali, con le persone al centro: il futuro della comunicazione è il dialogo	p.116
— Industrie Culturali	
03.4 Audiovisivo	p.122
03.4.1 Cinema in transizione, tra sorprese e aspettative	p.122
03.4.2 Tv e rivoluzioni digitali: il rischio e "contenuto"	p.132

03.4.3 La radio più è digital, più è sociale	p.137
03.4.4 Il giro di boa dell'animazione italiana	p.141
03.5 Il Videogioco: un'espansione inarrestabile	p.145
03.6 Il libro come commodity	p.152
03.7 L'anno in cui la musica è cambiata	p.159
— Patrimonio storico e artistico	
03.8 Processi di valorizzazione e governance del patrimonio culturale	p.165
03.9 Tecnologie e restauro	p.171
— Performing arts e arti visive	
03.10 Una nuova legge per lo spettacolo	p.180
03.11 Modelli di città. Come interagiscono arte e modelli urbanistici e altre storie	p.185
03.12 Nuove strategie per la fotografia in Italia	p.191
— Produzioni creative-driven	
03.13 I modi della creatività per l'innovazione e la competitività	p.197
04 Cultura come driver di sviluppo territoriale e settoriale	p.205
04.1 Appennino e patrimonio culturale	p.206
04.2 Il Distretto Produttivo Puglia Creativa	p.210
04.3 I servizi della cultura come leva per il rilancio dei territori colpiti dal sisma	p.215
04.4 L'azione della Farnesina a sostegno del design: obiettivi e strategie	p.220
04.5 Patrimonio e digitale: il caso CoopCulture	p.226
04.6 Sistema museale italiano: per una riforma compiuta	p.232

Processi di valorizzazione e governance del patrimonio culturale¹⁰⁷

¹⁰⁷ Realizzato in collaborazione con Alessandro Re, Fondazione Santagiulia per l'Economia della Cultura e Governance Segre - Università di Torino

¹⁰⁸ Fonte dati: Enit.

Partecipazione, innovazione, cooperazione tra diversi settori, modelli di organizzazione anche economica dell'offerta culturale sono i fenomeni che meglio descrivono le più recenti esperienze di gestione del patrimonio culturale in Italia.

Il 2018 è dedicato dall'Unione Europea al patrimonio culturale, con il motto "Il nostro patrimonio: dove il passato incontra il futuro". Un'iniziativa che vede partecipi e impegnati i maggiori organi istituzionali europei, e i programmi di cooperazione *Europa Creativa*, *Erasmus+*, *Europe for citizens*, *Horizon 2020* e *Natura 2000*. Sugi oltre 8000 eventi programmati in EU, circa 500 saranno in Italia: tra questi talks, mostre, percorsi insoliti rivolti all'inclusione, ad esempio il progetto **MAPS - Musei accessibili per le persone sorde**, **Fumetti nei Musei**, **Migrarti**. Iniziative che hanno il proposito di approfondire i temi della gestione dei beni culturali per coinvolgere cittadini, rafforzare il loro senso di appartenenza europea e di posizionamento internazionale. Questioni peraltro ampiamente ignorate nel recente dibattito elettorale per il governo del paese.

Nonostante questa mancata attenzione, nel contesto nazionale continua in modo significativo **il trend di crescita del turismo**, che vale circa il 13% del PIL nazionale¹⁰⁸, in gran parte motivato dagli attrattori culturali. Quadro positivo in linea con gli ottimi risultati ottenuti dai musei e dalle aree archeologiche statali,

in termini di performance di visitatori e di incassi, **a conferma del trend positivo degli ultimi anni**. I visitatori sono 12 milioni in più rispetto al 2013 (+31%) con incassi aumentati di oltre 70 mln di euro (+53%) nello stesso periodo. Nel 2017, è stata superata la soglia dei 50 milioni di visitatori per quasi 200 milioni di euro di incasso, con il patrimonio archeologico, trainato da Pompei, Paestum, Colosseo, Fori romani a contare la parte più consistente. **Lazio, Campania e Toscana da sole attraggono circa il 75% dei visitatori totali**, ma **il trend di crescita riguarda quasi tutte le regioni** (a esclusione di Abruzzo e Marche per le conseguenze dei recenti terremoti) con le crescite maggiori in Liguria (+26%), Puglia (+19,5%) e Friuli Venezia Giulia (15,4%). Il Colosseo, Pompei e gli Uffizi rimangono i tre luoghi più visitati, mentre i **tassi di crescita più sostenuti** si riscontrano a **Palazzo Pitti (+23%)**, **Reggia di Caserta (+23%)**, **Ercolano (+17%)**, il **Museo archeologico di Napoli (+16%)**, **Paestum (+15%)** e **Musei Reali di Torino (+15%)**.

Rispetto alle **realità meno conosciute** è di grande interesse il processo che la Direzione Generale Musei del MIBACT ha avviato già nel 2016 attraverso il programma **Musei e Sviluppo dei Sistemi museali Territoriali (MUST)**. Un'iniziativa rinnovata nel 2017 con una seconda fase rivolta ai **17 Poli museali regionali** che sono invitati per partecipare a una progettazione strategica di valorizzazione territoriale in una logica di miglioramento di efficienza e integrazione.

Di grande interesse i risultati del **Polo della Lombardia**, che vede ricavi in crescita rispetto all'anno passato per 5 milioni di euro, ottenuti con la biglietteria e con le donazioni dei privati grazie all'Art Bonus.

Rispetto a tutto questo, **l'importanza di poter contare su numeri affidabili e rappresentativi** sta diventando argomento di rilievo nel dibattito sul peso della cultura in Italia, al fine di impostare politiche e priorità *evidence based* e non essere marginalizzati nelle scelte politiche. Attenzione, questa, che riguarda anche **l'impatto che le istituzioni culturali sono in grado di generare sui propri territori**. La Fondazione **Museo Egizio di Torino**, ha da poco reso pubblici i dati del proprio studio di impatto economico: la spesa diretta annuale attivata dal museo è di 88,5mln di euro, a cui si aggiungono impatti diretti (20 mln) indiretti

(18) e indotti (51), per un totale di produzione di fatturato di **187 mln di euro sull'area metropolitana piemontese**.

Non mancano, a fronte di un patrimonio culturale vastissimo, le situazioni di allarme, che vanno dalle emergenze dettate dalle devastazioni dei terremoti in Centro Italia, ai recenti crolli di parte della mura medievali di San Gimignano, per citare i casi che hanno avuto maggiore clamore. Clamore che ha suscitato anche l'annuncio, solo in parte provocatorio, da parte del Museo del Papirò Corrado Basile di Siracusa di vendere alcuni frammenti per fare fronte alle spese di gestione. Il tema è economico, e riguarda sia la capacità di usare canali di finanziamento integrativi o alternativi a quelli pubblici, sia la capacità di programmare un utilizzo efficace delle risorse.

Mentre nel mondo assistiamo all'affermarsi di nuove realtà culturali (a dicembre 2017 è stata inaugurata la sede del Louvre di Abu Dhabi, un museo che narra la storia della civilizzazione attraverso 300 opere concesse in prestito dal Louvre e altri 13 musei francesi), **in Italia emergono casi che, anche grazie a formule gestionali flessibili e autonome e in grado di fare dialogare la dimensione pubblica e quella privata**, stanno tracciando dei percorsi interessanti e sempre più di ispirazione per altre realtà. E' il caso del neonato **Consorzio delle Residenze Reali di Torino e Piemonte**, entro cui ricadono 29 diverse istituzioni culturali pubbliche e private. E ancora, formule cui guardare con interesse si riscontrano nei casi **Villa Reale SpA**, che gestisce tramite concessione di valorizzazione parte della Villa Reale di Monza, a seguito dei restauri, o della **Fondazione Real sito di Cardileio**, che sta portando avanti gli interventi di recupero e la progettazione per la rifunzionalizzazione. Formule queste che si prestano ad una flessibilità nello sviluppo di **azioni cross settoriali, sperimentali e rivolte ad attirare e favorire la partecipazione di pubblici sempre più ampi**. E' il caso del già citato **Museo Egizio**, gestito dall'omonima Fondazione, che sta proponendo ad esempio efficaci politiche di prezzo mirate ad attrarre target multiculturali e, in generale, ad aprirsi ad un'utenza diversificata. Oppure della **Card MIC dei Musei Civici di Roma**, che al prezzo di 5 euro, consente ai residenti romani (permanenti

e temporanei) l'ingresso illimitato in tutti i siti del sistema Musei in Comune, includendo la possibilità di visitare anche le mostre in corso di svolgimento. Quanto a sperimentazione e apertura degli spazi espositivi per una costruzione collettiva del museo, è interessante citare il **progetto "asilo" del MACRO** a Roma, nato per accogliere progetti sperimentali proposti da artisti emergenti e da chiunque abbia risposto all'"appello" lanciato dal museo, per la realizzazione di opere realizzate attraverso processi di creazione artistica partecipativa. Infine, in tema di contaminazioni tra settori, interessante è il progetto **"Le dimore del quartetto"**, nato per valorizzare dimore storiche offrendo spazi di espressione a giovani quartetti musicali.

Nel frattempo le opportunità messe in campo dall'innovazione tecnologica favoriscono la valorizzazione del patrimonio culturale anche nel nostro Paese. A partire da soluzioni volte a migliorare la fruibilità delle opere conservate, come le luci smart messe a punto da **Iguzzini**, azienda marchigiana leader nel mondo dell'illuminotecnica. Da qualche mese è infatti possibile rimanere affascinati davanti alla bellezza di opere senza tempo - come i dipinti del Tintoretto all'interno della scuola di San Rocco a Venezia e la Pietà di Michelangelo - grazie a fasci di luce piccoli e sottili, attraverso cui viaggiano migliaia di dati e informazioni, in grado di recepire e trasmettere informazioni ambientali utili a mantenere costante la colorazione e la temperatura della luce per migliorare l'esperienza dei visitatori.

Dal patrimonio materiale a quello immateriale, la tecnologia apre strade nuove. Interessante a tal proposito è la piattaforma online di storytelling multimediale **VocidallaFliandait** sviluppato dalla milanese **Creando**, per raccontare il patrimonio immateriale del **Museo della Seta Abegg** di Gariate (Lecco) e del territorio lecchese, vocato alla produzione della seta nel secolo scorso. A partire dalle testimonianze della memoria lavorativa e sociale raccolte, i contenuti multimediali integrati ad una grafica contemporanea, sono diventati strumenti utili per le visite guidate all'interno del Museo, grazie all'innovativo sito web, e alle paline e i totem interattivi diffusi nel territorio.

In attesa dei servizi che la *sharing economy* potrà portare, **le nuove tecnologie**

rendono possibili nuovi servizi, ad esempio l'apertura automatizzata h24 sperimentata da Asti Città Museo tramite gestione da remoto, o le app sala coda create da **Musement**, il progetto "Art for the blind", che permette la fruibilità dell'**Ara Pacis** ai non vedenti grazie a dei speciali sensori applicati alle opere.

Inoltre, la stessa **offerta di cultura si appoggia sempre più sull'utilizzo di applicazioni digitali e linguaggi innovativi**. Molteplici le esperienze già avviate.

Soltanto a Roma possiamo citare le visite ai Fori di Augusto e Cesare, la riproduzione degli affreschi di luoghi del Palatino e del For Romano, gli Horti Farnesiani o Santa Maria Antiqua, la ricostruzione della Domus Aurea o delle Terme di Caracalla, l'esperienza immersiva del della Cappella Sistina, il progetto Welcome to Roma.

Strumenti in grado di promuovere un'offerta **esperienziale e creativa** e che stanno diventando sempre più veri e propri asset di rilievo nella capacità attrattiva delle istituzioni culturali. Spazio al virtuale anche nel **gaming** per attirare e coinvolgere cittadini e turisti attraverso il gioco: ad esempio nell'allestimento *Learn and Play* di TeamLab Future Park alle **OGR di Torino**, in *Father and Son* al Museo Archeologico Nazionale di Napoli e nel progetto *Loading Italy*, lanciato da Wipro, o ancora il *Playable Museum Award* promossa dal Museo Marino Marini di Firenze.

O, ancora, come veicolo per la **creazione di un'offerta totalmente nuova**, come accadrà nei prossimi mesi a Shenyang, in Cina con la realizzazione del **primo museo dedicato interamente ad esperienze virtuali immersive** creato da Uqido, software house di Padova. Un settore in cui sono attivi anche il mondo della ricerca (il nuovo programma di PhD europeo **Tech&Culture** dell'Università di Torino o l'acceleratore **Innovation Lab di IULM**), delle istituzioni pubbliche (ad esempio, gli investimenti di Regione Lazio tramite **Lazio Innova** sulle start up creative) e dello stesso MiBACT che ha avviato, insieme al CNR, un progetto per censire i progetti già sviluppati che utilizzano la realtà artificiale.

La promozione di una **progettualità artistica innovativa è tema sensibile anche per le Fondazioni di origine bancaria**: i bandi ORAI e ORAX della Compagnia di San Paolo, e il bando *Innovazione Culturale* di Fondazione Cariplo sono pensati

per rafforzare la familiarità con i linguaggi artistici contemporanei e forme di cittadinanza attiva nei confronti delle pratiche culturali.

L'affermarsi di modelli partecipativi e di coinvolgimento del settore privato sulla valorizzazione culturale ed economica presentano segnali significativi e incoraggianti e, finalmente, dopo anni in cui la rincorsa dei responsabili della gestione delle istituzioni culturali si è affannata allo sviluppo del proprio *audience*, oggi sembra evidente ai più come il **ruolo della cultura nella società contemporanea** sia il vero tema su cui si deve lavorare, anche a **fronte dei rapidi cambiamenti e innovazioni sociali** che stiamo vivendo.

Una consapevolezza che si riscontra in molteplici progetti. Ad esempio nel rilancio culturale (nel post Eternit) di **Casale Monferrato** finalista del programma Capitale Italiana della Cultura 2020, nel **Festival Itacà migranti e viaggiatori** dedicato al turismo responsabile, nel progetto **Terract-attori della terra**, dedicato a formare giovani ad un uso consapevole del patrimonio. E ancora, in iniziative di **riappropriazione di spazi di cultura**, pensiamo al **Teatro sociale di Gualtieri**, a **Spazio KOR** ad Asti, al museo di **Castel Gottredo** finanziato con le donazioni e gestito direttamente dai cittadini. Non mancano infine le **esperienze di mecenatismo classico**: Cucinalli per il **Teatro Morlacchi** di Perugia, o **Palazzo Butera** a Palermo, trasformato da una copia di mecenati milanesi in una casa museo, le **campagne di fundraising** attuate a **Paestum**, il programma *Restituzioni* di **Intesa Sanpaolo**, insieme all'**attenzione di alcune imprese alla componente culturale del proprio business** (Museo Lavazza).